Woher die Online-Käufer im Weihnachtsgeschäft kommen

Die e-Commerce-Branche rechnet mit einem “ausgezeichneten” Jahresendgeschäft. Das geht aus einer aktuellen Umfrage von bvh und Creditreform hervor. Doch über welche Kanäle wird im Internet bestellt? PC, Mobile oder Tablet-PC? So genau scheint diese Frage niemand beantworten zu können.

Wir haben entsprechende Studien dazu ausgewertet.

Für die Interaktiven Händler, d.h. die Online- und-Versandhändler, werden die kommenden Wochen noch einmal besonders spannend, denn das Weihnachtsfest nimmt in der Umsatzplanung für das Jahr den wichtigsten Rang ein.

Die CEG Creditreform Consumer GmbH und der Bundesverbandes des Deutschen Versandhandels (bvh) haben eine bundesweite repräsentative Online-Umfrage bei Personen zwischen 18 und 69 Jahren zum Kaufverhalten von Weihnachtsgeschenken durchgeführt.

Das zentrale Ergebnis: Allein 70 Prozent der potenziellen Online-Käufer wollen Weihnachtsgeschenke im Interaktiven Handel bestellen. Die damit verbundenen Umsätze bestätigen die positive Prognose. Ausgehend von der Gesamtbevölkerung über 18 Jahre zählen aktuell rund 50 Millionen Personen zu den „potenziellen Online-Einkäufern“. Von diesen 50 Millionen Bürgern planen 70 Prozent den Kauf der Weihnachtsgeschenke im Interaktiven Handel, das entspricht 35 Millionen Deutschen.

> *„Das bisherige Jahr verlief für die Interaktiven Händler umsatztechnisch sehr stark. Aktuell rechnet der bvh bis zum Jahresabschluss mit einem Umsatzplus von rund sieben Prozent für den gesamten Interaktiven Handel im Vergleich zum Vorjahr. Für den E-Commerce-Anteil wird ein Plus von 15 Prozent prognostiziert. Verlaufen die kommenden Vorweihnachtswochen weiterhin so erfolgreich, werden die Erwartungen der Interaktiven Händler eventuell sogar noch übertroffen“, so Christoph Wenk-Fischer, Hauptgeschäftsführer des bvh.*

Im rechnerischen Durchschnitt planen Verbraucher zwischen 288 Euro und 466 Euro auszugeben. Im Schnitt wollen Online-Käufer rund 3,4 verschiedene Waren kaufen. Die TOP 5 der beliebtesten Warengruppen beim Weihnachtsgeschenkekauf sind:

Bekleidung / Textilien / Schuhe (43 Prozent der Käufer)
Unterhaltungselektronik / Medien / Bild- & Tonträger (36 Prozent der Käufer)
Spielwaren (33 Prozent der Käufer)
Computer und Zubehör (24 Prozent der Käufer)
Gutscheine (23 Prozent der Käufer)

Mobil oder nicht mobil. Das ist hier die Frage

Dass das Internet neben dem Ladengeschäft zur wichtigsten Beschaffungsquelle für Handelswaren geworden ist, zeigt die Studie der Crefo und bvh. Aber welche Wege nutzen die Verbraucher um im Internet einzukaufen?

Eine mögliche Antwort liefert die W3B-Studie von Fittkau & Maaß: Wenn der Deutsche im Internet bestellt, dann tut er dies fast jeder Zweite am PC (47,7 Prozent). Der Anteil derer, die sich via PC vor dem Weihnachtseinkauf über Produkte informieren, ist mit 56,3 Prozent sogar noch ein paar Prozentpunkte höher.

Der Einkauf und das Abrufen von Produktinformationen im Internet auf mobilen Endgeräten haben bislang nur geringe Bedeutung bei der Konsumenten. Noch nicht einmal jeder zehnte Deutsche will

in diesem Jahr seine Weihnachtsgeschenke mit seinem Smartphone bestellen (7,8 Prozent).

Was denn jetzt: Smartphone oder Tablet-PC

Der e-Commerce-Dienstleister novomind sieht dagegen den Mobile Commerce auf dem Vormarsch – zumindest bei den Tablet-PCs. 29 Prozent der Deutschen würden ein Tablet-PC zum Einkaufen im Internet nutzen, wenn sie ein entsprechendes Gerät besäßen. Bereits jetzt zählen acht Prozent der Bundesbürger zu den aktiven Tablet-Shoppern. Das sind die Ergebnisse einer repräsentativen Online-Befragung im Auftrag von novomind.

Aktuell kauft die Masse der Kunden noch über den Heim-PC (71 Prozent) und das Notebook (50 Prozent) online ein. Das iPad & Co. ist mit acht Prozent nur eine Marginalie beim Weihnachtseinkauf. Interessant ist die große Abweichung bei den Smartphone-Käufen. Laut novomind-Studie liegt der Anteil in Deutschland bei 17 Prozent, wohingegen wie bereits berichtet die W3B-Umfrage nur auf einen Anteil von knapp acht Prozent kommt.

Fazit

Nichts genaues weiß man nicht. Allerdings sind sich beide Marktforscher einig, dass im Mobile Commerce die Zukunft liegt. Dazu heißt es in der Studie von novomind:

> *Künftig werden beispielsweise Shop-Konzepte gefragt sein, die gleichzeitig für eine Mouse-Bedienung, und darüber hinaus das Antippen mit einem Finger auf einem Touch-Screen konzipiert sind.*

Auch bei Fittkau & Maaß wird die Zukunft des elektronischen Handels mobil gesehen:

> *Insgesamt weisen die Ergebnisse des W3B-Report »Mobile Commerce« auf eine wachsende Bedeutung des Einkaufs mit mobilen Endgeräten hin. Und so wird es wohl nur eine Frage der Zeit sein, bis auch für den Weihnachtsgeschenkekauf viele Kunden ihr Smartphone zücken.*

In der Tat scheinen Testergebnisse aus den USA diesen Trend zu bestätigen. Nach Ausweis einer Studie von Forrester Research liegt die durchschnittliche Konversionsrate bei Tablet-Nutzern bei vier bis fünf Prozent. Bei klassischen Online-Shops läge die Wandlung nur bei drei Prozent. Ebenfalls sei die Durchschnittsorder bei Bestellungen um zehn bis 20 Prozent höher, als beim Online-Shop auf dem PC.

Die Quellen dieser veröffentlichten Kennzahlen sind aber auch in den USA bislang nur die Marktforscher und e-Commerce-Dienstleister. Zustimmung aus den Reihen der Händler ist zwar zu hören, aber beispielsweise Gap, QVC oder Abercrombie & Fitch halten mit konkreten Zahlen bislang hinter dem Berg. Auch in Deutschland stehen Tests zum Vergleich PC versus Smartphone versus Tablet-PC noch aus.